

**Jesús Miguel Flores
Vivar**

Jornalista, doutor em
Ciências da Informa-
ção pela Universidad
Complutense de Madrid,
docente na Universidad
Complutense de Madrid,
coordenador do projeto
Internet Media Lab.

**¿Que enseñar y cómo
enseñar? Perspectivas en la
evolución de las Facultades de
Comunicación para la
enseñanza del
ciberperiodismo**

**O que ensinar e como
ensinar? Perspectivas nas
evolução das Faculdades de
Comunicação para o ensino
do ciberjornalismo**

**What to teach and how to
teach? Perspectives on the
evolution of Communication
School for teaching
cyberjournalism**

RESUMO

O presente estudo analisa os aspectos de formação que têm as faculdades de comunicação, as tendências e as iniciativas que alguns centros estão desenvolvendo como parte experimental para um novo ecossistema educacional. Propõe uma reflexão do jornalismo, não somente como profissão, senão, fundamentalmente, como disciplina científica, apoiada e justificada o seu ensino nas faculdades de comunicação. Fomenta a realização de investigação aplicada, através de laboratórios de meios, de modelos jornalísticos, sem comprometer a ética da informação e da qualidade na redação, nas ilustrações, correções e produções de materiais em plataformas digitais e multimídia.

Palavras-chave: Evolução; Jornalismo; Ciberjornalismo; Laboratório de mídia; Comunicação; Tecnologia; Ensino.

ABSTRACT

This study analyzes the educational aspects that have the communication skills, trends and initiatives that some centers are developing as an experimental part for a new educational ecosystem. It is a reflection of journalism, not only as a profession, but mainly as a scientific discipline, supported and justified his teaching at the Communication or Journalism School. Encourages conduct-applied research through Medialabs of journalistic models, without compromising the ethics and quality information in writing, in pictures, corrections and production of materials in digital and multimedia platforms.

Key-words: Evolution; Journalism; Cyberjournalism; Technologies; Learning; Communication; Media Labs.

RESUMEN

El presente estudio analiza los aspectos formativos que tienen las facultades de comunicación, las tendencias y las iniciativas que algunos centros están desarrollando como parte experimental para un nuevo ecosistema educacional. Propone una reflexión del periodismo, no sólo como profesión, sino, fundamentalmente, como disciplina científica, avalada y justificada su enseñanza en las Facultades de Comunicación. Fomenta la realización de investigación aplicada, a través de Media Labs, de modelos periodísticos, sin menoscabo de la ética de la información y de la calidad en la redacción, en las ilustraciones, correcciones y producción de materiales en plataformas digitales y multimedia.

Palabras clave: Evolución; Periodismo; Ciberperiodismo; Laboratorio de medios; Comunicación; Tecnologías; Docencia.

Submissão: 5-10-2016

Decisão editorial: 5-11-2016

Introducción

Los procesos evolutivos de la sociedad están exigiendo a los medios informativos más rigor y profesionalidad en sus publicaciones. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y, concretamente, Internet y las bases de datos, que fagocitan el concepto del “Big data” y el periodismo de datos, proporcionan gran capacidad para procesar, comparar y analizar críticamente todo el maremágnum de contenidos de información.

Hemos entrado en una era de cambios vertiginosos en todos los ámbitos de la información: desde las fuentes a los públicos, desde los géneros tradicionales a las nuevas tecnologías. Asistimos a ver cómo emergen los nuevos medios, en donde el protagonista es también el usuario como parte de la nueva audiencia. Los blogs, wikis, aplicaciones para dispositivos táctiles y las redes sociales están dando paso a un nuevo modelo comunicacional que revoluciona el paradigma del mercado de la información y comunicación de la industria de los contenidos.

Por otra parte, entornos emergentes del nuevo periodismo como La narrativa transmedia, el periodismo móvil, el periodismo de datos y el periodismo emprendedor, por citar sólo algunos, configuran un panorama en donde es necesario proponer y recom-

poner nuevos esquemas formativos en las facultades de comunicación, aunque sin que esto afecte a la concepción esencial del periodismo.

El periodismo, con sus más de dos siglos de existencia, ha sido impactado por las TIC y modifica sus estructuras. En primer lugar, ya no es el oficio como nos inculcaban en el ejercicio práctico y que cualquier persona con estudios en este campo, o sin ellos, podía ejercerlo. El periodismo ya no es el refugio – o debería dejar de serlo – de todos aquellos/as que habiendo estudiando un campo de conocimiento y dedicándose profesionalmente a ello, en sus horas libre, se dediquen, también, al “oficio” de periodista. Es hora ya de la constitución y creación de verdaderos colegios profesionales que velen por los intereses de los miles de licenciados y graduados en esta rama de la comunicación que dedicaron años de aprendizaje en las aulas universitarias. ¿Puede acaso un licenciado en periodismo que ejerce profesionalmente como tal, dedicarse en sus horas libres al oficio de abogado sólo con saber algo leyes o de medico sólo con leer un *vademecum*? La respuesta, obviamente, es no. Entonces ¿Por qué se hace con el periodismo? ¿Acaso el tiempo de estudios no es el mismo que emplean abogados, psicólogos, sociólogos o arquitectos?

Cuando un campo del conocimiento es reconocido como disciplina científica, es un indicador de avance y evolución cultural de una sociedad. Así, por ejemplo, la Medicina que empezó siendo una práctica empírica y que alcanzó su mayor conocimiento en las aulas universitarias hasta convertirse en lo que hoy constituye, es sólo una muestra de ese avance (FLORES, 2014).

Obviamente, los estudios de la Ciencia médica no son comparables con los estudios de Periodismo o Comunicación. Pero, lo que no podemos dejar de lado es que ya nadie duda de que el periodismo se ha convertido en uno de los pilares fundamentales de la democracia, tal y como afirma Abdul Waheed Khan (2007)¹ en el prologo del estudio titulado “Model Curricula for Journalism Education”:

“El periodismo y los programas educativos que permiten a las personas utilizar y mejorar sus destrezas periodísticas constituyen instrumentos esenciales para sustentar principios democráticos clave que son trascendentales para el desarrollo de todos los países” (UNESCO, 2007).

Bajo este prisma, se debe debatir el estado actual de los estudios de periodismo y, específicamente, la idoneidad de los planes de formación que se dan en las Facultades de Comunicación o Escuelas de Periodismo. Para empezar, debemos partir del hecho de que el periodismo ha dejado de ser un oficio para convertirse en una profesión reglada (como la del abogado, sociólogo, filósofo o psicólogo) aunque muchos persisten en señalarlo aun como oficio, ignorando que la UNESCO² lo tiene identificado como disciplina del conocimiento. Por ello, es necesario adaptar la “receta comunicativa” de la formación periodística al cambio de paradigma como consecuencia de la evolución constante de Internet y otras tecnologías

¹ Abdul Waheed Khan es Subdirector General de Comunicación e Información, UNESCO.

² Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

digitales o nos resignaremos a languidecer. Según Félix Ortega (2013):³

“...los tiempos han cambiado y la profesión de comunicador y periodista debe adaptarse al cambio de los hábitos de consumo y de rentabilidad de la nueva industria que se derivan de las tecnologías de la información y la comunicación. Renovarse y adaptarse, o languidecer y morir”.

El presente artículo forma parte de la investigación “Innovaciones. Metodologías para la Implantación del Observatorio Ciberperiodístico y Medialabs para la Investigación y Formación de Perfiles Netcom” desarrollado durante la estancia de investigación en la Universidad Estadual Paulista (2016).

Hacia una innovación en la formación periodística

Howard I Finberg⁴ (2013), director de formación del Poynter Institute, en su artículo titulado “Repensar el periodismo. Una llamada a la innovación” publicado en el sitio web del Poynter, a raíz del Informe sobre el Estado de la Educación en Periodismo,⁵ hace un diagnóstico de la situación de la formación periodística (2013):

“Lo que da miedo de una ruptura es que no sabe a dónde irá. Hace cuarenta años, no nos dábamos

³ Félix Ortega es profesor de Comunicación audiovisual en la Universidad de Salamanca.

⁴ Director of Training Partnerships and Alliances The Poynter Institute for Media Studies.

⁵ El Estado de la Educación en Periodismo es el informe que anualmente elabora el University News del Poynter Institute. Florida, EE.UU.

cuenta que la primera llamada de teléfono móvil llevaría todo lo móvil a la informática y los teléfonos inteligentes. Hace veinte años, no nos dimos cuenta de que Amazon transformaría compras al por menor. Hace diez años, no existía Facebook, ni Twitter. Usted simplemente no sabe a dónde nos conducirá la innovación disruptiva. Lo que sí sabemos, sin embargo, es que el futuro de la enseñanza del periodismo se encuentra en una situación crítica".

Finberg (2013) señala dos razones para argumentar su reflexión:

El tiempo se agota. La disrupción, impulsada por la economía y la tecnología, esta realizándose mucho más rápido que la mayoría de los administradores del sistema universitario.

La educación en Periodismo sufrirá cambios fundamentales, sobre todo, en la forma como se enseña el periodismo y quien enseña. Los que no innovan en el aula, se habrán quedado atrás, al igual que los que optaron por no innovar en la sala de redacción.

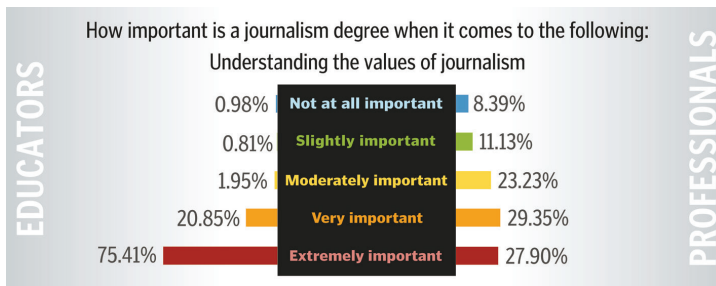
Desde hace algunos años, se han desatado discusiones sobre el futuro de la formación en periodismo en las escuelas universitarias. Académicos y profesionales aun siguen debatiendo como se verá el futuro de la educación en periodismo, al igual que los profesionales de la información vienen discutiendo sobre como será el futuro del periodismo. El resultado de una encuesta del Poynter News University llevada a cabo en la primavera de 2012, destacaba que "muchos podemos sentirnos decepcionados, pero no sorprendidos de que las posiciones tanto para los educadores y los profesionales no han cambiado mucho en el último año". Una nueva encuesta realizada por la misma institución (a finales de ese año), no muestra

cambio alguno en las actitudes de ambos grupos. Con más de 1.800 respuestas, dividido entre profesionales y académicos, aun hay una gran distancia [más de 40 puntos] entre los dos grupos de encuestados.

Pese a no esperar ver un cambio masivo en las opiniones de los encuestados, sí se esperaba ver un poco movimiento, especialmente entre los académicos. De los resultados de dicha encuesta del Poynter, se destaca:

El 96 por ciento de los que se identifican como educadores (profesores) del periodismo creen que un grado en periodismo es muy importante. Y, extremadamente importante cuando se llega a la comprensión del valor del periodismo. Este resultado es casi idéntico al resultado de 2012. Los profesionales [editores, periodistas y otros relacionados] tienen una opinión menos favorable (57 por ciento) afirmando que un título sólo es valioso cuando se trata de entender el valor de periodismo. Este es el mismo porcentaje que en la encuesta de 2012.

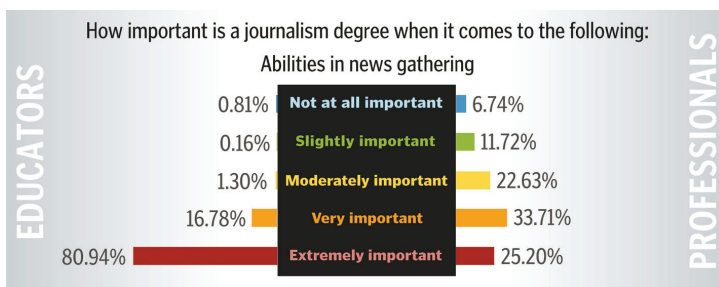
GRÁFICO 1 – *Importancia de un grado en periodismo cuando se trata de entender los valores del periodismo*



Fuente: Poynter News University (2013)

Tampoco se perciben cambios en la brecha entre docentes y profesionales acerca de su visión sobre la importancia de un grado en periodismo cuando se trata de “habilidades en la recopilación de noticias, edición y presentación de las noticias”. Casi todos los educadores (98 por ciento) dicen que un grado es extremadamente importante cuando se trata de las habilidades en la recolección de noticias. Pero sólo el 59 por ciento de profesionales comparte esta opinión, ya que casi uno de cada cinco dice que un título no es del todo importante o es sólo ligeramente importante en términos de recopilación de información de noticias. Existe una gran desconexión entre la profesión y la comunidad académica. Incluso, los docentes ven con preocupación de que la formación en periodismo no está a la par con lo que se hace en la profesión.

GRÁFICO 2 – Importancia de un grado en periodismo para docentes y profesionales cuando se trata de recopilar noticias

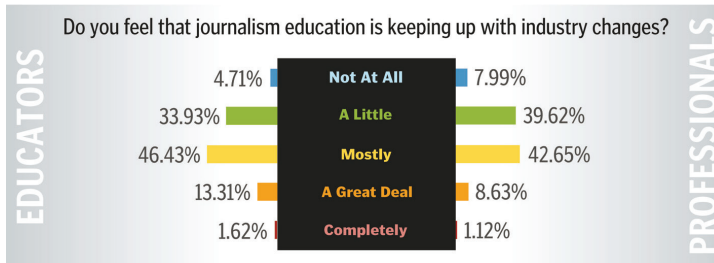


Fuente: Poynter News University (2013)

El treinta y nueve por ciento de los docentes ha manifestado que la educación en periodismo que busca mantenerse al día con los cambios de la indus-

tria hace nada o muy poco. Los líderes de las salas de redacción y miembros del personal son aún más críticos, con el 48 por ciento, diciendo que la academia no está al día con los cambios que el campo del periodismo demanda.

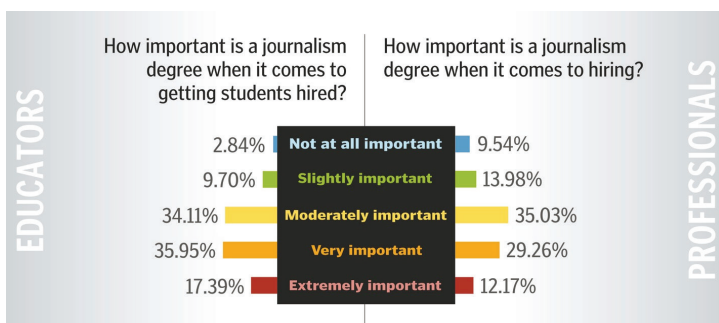
GRÁFICO 3 – Importancia de los estudios de periodismo para el mantenimiento de los cambios de la industria



Fuente: Poynter News University (2013)

En cuanto a si un grado en periodismo es valioso cuando se trata de conseguir un trabajo, la brecha entre profesores y profesionales es más pequeña. Más de la mitad [53 por ciento] de los docentes piensan que un título en periodismo es muy importante a extremadamente importante para conseguir un puesto de trabajo. En contrapartida, sólo un cuarenta y uno por ciento de los profesionales comparten esa creencia. Pero aquellos que se identifican a sí mismos como “trabajo por cuenta propia” tienen una opinión aún más baja acerca de un grado de periodismo, y sólo un 38 por ciento dice que un título de periodismo es muy importante a extremadamente importante para conseguir trabajo.

GRÁFICO 4 – Importancia de un grado en periodismo para la contratación de profesionales



Fuente: Poynter News University (2013)

Estos resultados significan que, a pesar de que las actitudes no han cambiado desde la encuesta del 2012, si existe una percepción de redoblar los esfuerzos para repensar la enseñanza del periodismo.

Una cuestión similar ya se había diagnosticado en el mencionado Informe Modelo de Enseñanza del Periodismo (UNESCO, 2007), en donde se indica que uno de los puntos débiles de buena parte de la enseñanza del periodismo es consecuencia de la incapacidad de apreciar el grado en que la enseñanza de disciplinas universitarias constituye (junto a la cobertura periodística y la redacción) el fundamento del ejercicio del periodismo. En el otro extremo de esa ecuación se halla la necesidad de los estudiantes de periodismo de recibir formación sobre técnicas periodísticas y sobre el empleo del equipo impartida por periodistas competentes en ejercicio, no sólo como docentes invitados puntualmente sino como integrantes respetados (y debidamente retribuidos) del claustro de profesores. Es decir, una sinergia real entre el mundo de la academia y el mundo profesio-

nal. Un modo de enriquecer esta vertiente práctica, todos los programas de estudios de periodismo tendrían que incluir un periodo de prácticas (pasantías) en un medio de comunicación – u organización de noticias – y sería necesario que las escuelas (o facultades) de periodismo se dotaran de acuerdos de colaboración con medios de comunicación locales.

Al respecto, los convenios de colaboración entre organizaciones de noticias y universidades podrían contemplar, entre otras actividades, seminarios prácticos impartidos por profesores de periodismo en colaboración con periodistas de reconocido prestigio y, fundamentalmente, la estancia en medios de comunicación de miembros del claustro de profesores en comisión de servicio o intercambios y proyectos conjuntos. Las facultades de periodismo pueden organizar la celebración de seminarios en las sedes de los medios de comunicación con los que mantuvieran convenios con el objetivo de permitir a los estudiantes acceder a tecnología y servicios de información de los que carecen en la facultad. Esa colaboración puede servir para acortar la distancia entre los programas de estudios de periodismo y el sector de la industria de los medios de comunicación.

El Informe de la UNESCO (2007) propone instar al sector de los medios de comunicación e información a que concedieran a los periodistas tiempo para poder estudiar o reciclarse en universidades o escuelas superiores y a que brindaran a los educadores – docentes – de periodismo la posibilidad de mejorar sus destrezas profesionales.

Nuevo perfil: periodista programador

Es hora de que los futuros periodistas sepan cómo trabajar con el código, como desarrollar una

aplicación, como crear y diseñar. Asumiendo que se viene enseñando a los estudiantes de periodismo las técnicas del siglo pasado, es hora de innovar nuestros planes de estudio realizando un cambio de 180 grados. Pero, el aprendizaje de un software específico obliga a una formación continuada (BRIGGS, 2007). Nadie puede aprender narración digital en un semestre. Por ejemplo, el dominio de Dreamweaver, Flash o cualquier CMS,⁶ no es que sea complicado su aprendizaje, pero tampoco hay que pensar que se aprende de “prisa y corriendo” subestimando la magnitud del conocimiento de este tipo de aplicaciones, por lo que incluir su aprendizaje en un curso de periodismo on-line o ciberperiodismo, como materia optativa puede hacer más daño que bien. Esto significa que debemos estar enseñando código en todos los cursos del grado de Periodismo (cada semestre, cada año, hasta la graduación).

Miranda Mulligan (2013), directora ejecutiva de Innovation Lab Knight News en Northwestern University y ex directora de diseño digital de The Boston Globe, afirma que los periodistas tienen que aprender cómo codificar si se quiere llegar a ser mejores (y más empleables) narradores. Por ello, las escuelas deben enseñar a los estudiantes a tener una mente abierta acerca de sus habilidades – y eso significa aprender, al menos, lo básico de la programación. Con el conocimiento básico de la programación, los periodistas pueden aprender a crear aplicaciones (mashups) para contar historias, así como la forma de realizar presentaciones (visualizaciones) en forma de código con las noticias en “caliente” (actuales).

⁶ CMS es el acrónimo de Content Management System (Sistema de Gestión de Contenidos).

Nunca antes ha sido más urgente para la industria de las noticias el entender el código lo suficientemente como para tener conversaciones significativas con los tecnólogos. En este contexto, uno de los retos que tienen los educadores-formadores-docentes consiste en eliminar el miedo de aprender, de reciclarse, un miedo notoriamente frecuente entre los periodistas. En gran medida hemos asistido a este tipo de debate y discusión una y mil veces. Pero, ahora, no sólo los periodistas visuales se quejan por el estancamiento de la narración y presentación en línea de donde surge una sola respuesta a esto: Los periodistas deben aprender más sobre el código. Entender y comprender el medio nos hace mejores narradores. Para una industria que se precia de ser inteligente y tolerante, ignorar a Internet puede conducir al fracaso (FLORES, 2012).

La oferta de trabajos para diseñadores y periodistas que saben escribir código está creciendo exponencialmente. Por tanto, vamos a atacar el problema de la (pésima) formación desde todos los ángulos ya que, detectado el problema ahora toca encontrar la solución. En otras palabras: Tenemos que enseñar a los estudiantes a ser más tecnológicamente alfabetizados. Tenemos que enseñarles cómo aprender y cómo errar, bajo el modelo de prueba y error. Porque no es lo mismo ser nativo digital que alfabeto digital. Esto no significa que los redactores o editores de contenidos en blogs o páginas web, que han aprendido un poco de programación deben terminar por convertirse en un ingeniero de software o un diseñador web. Sencillamente, no. Tampoco el objetivo final es la fluidez en la programación de software, sino la creatividad en los contenidos de información. Sin embargo, hay

un valor añadido en la comprensión de cómo los navegadores leen y procesan nuestras historias.

Por ello, a la cobertura periodística y redacción de una historia, se suman, el escribir algo de código (HTML, CSS, Javascript) y la programación de aplicaciones y servicios complejos, lo que convierte al periodista profesional en un perfil con toda una colección de habilidades. Un conocimiento fundamental de código permite:

- Mantener conversaciones cada vez más importantes sobre la presentación digital.
- La comprensión del medio te hace mejor en su oficio.
- Tener un pensamiento y comprensión de datos más profundo.
- Aprender más acerca de lo que sucede en la escritura digital y el software de programación enseña a pensar en términos de abstracciones, funciones, parámetros, componentes, marcos de trabajo, clases de objetos, plantillas y mucho más.
- En última instancia conduce a una mejor y más significativa narración de historias en línea.

El periodismo necesita graduados cualificados que puedan crear sofisticadas presentaciones visuales o aplicaciones mediante la utilización del código de la programación. Aunque, en un principio, pueda parecer aburrido, sin emoción y muchos estudiantes se sientan intimidados a la hora de enfrentarse al uso de código, esa aprehensión pasa cuando se dan cuenta que no es tan difícil. Es una situación que, seguramente, muchos docentes han tenido – y tienen – todos los semestres durante las prácticas de asignaturas de contenido práctico como ciberperiodismo o multimedia, teniendo que lidiar con el lenguaje HTML, CCS o el uso de aplicaciones CMS.

Con este enfoque formativo, podremos desban-
car el sentimiento predominante que existe en las es-
pecialidades de periodismo y comunicación en cuyo
entorno los periodistas se sienten aun intimidados por
las tecnologías digitales (BRADSHAW, 2011). Y este sen-
timiento también es frecuente en las facultades de
comunicación en donde se estudia periodismo. Por
citar un ejemplo, en las clases de multimedia, el autor
de este artículo se ha encontrado con estudiantes
que mantienen cierta reticencia en el uso de la co-
dificación en HTML. Por tanto, es el trabajo de los do-
centes-investigadores eliminar el miedo de aprender,
un miedo notoriamente frecuente en los periodistas. El
HTML no es magia. Escribir código no es magia, es sólo
un trabajo duro. Aprender a programar no salvará al
periodismo y probablemente no va a cambiar la for-
ma en que escribimos nuestras historias. Sin embargo,
es un hecho mucho más divertido ser un periodista
en la web una vez y ver "cómo los ordenadores leen
y entienden nuestro contenido".

Aprender a programar no sólo proporciona una
habilidad práctica. También enseña a resolver pro-
blemas. Los estudiantes aprenden a ser más precisos,
matizando procesos de pensamiento, por lo que la
profundidad de su comprensión de la información y
los datos sólo tiende a crecer. Además, los periodis-
tas visuales, asumen que la enseñanza del código es
la enseñanza del diseño de la información. Tanto los
diseñadores de noticias, así como, los diseñadores de
páginas web asumen las mismas responsabilidades:
organizar racionalmente el contenido, lo que ilustra
las ideas para profundizar en la comprensión de una
historia y trabajar dentro de las limitaciones del medio.

Una de las tareas más importante que un docente siempre debe hacer es inspirar a los estudiantes a tener una mente abierta acerca de sus habilidades. Nadie sabe cómo se verá el paisaje de la narración en dos años y mucho menos en una década. Como instructores del aprendizaje, podemos hacer ver y hacer sentir a los estudiantes que convertirse en un periodista digital es una cuestión accesible y alcanzable. Los graduados deben salir preparados con un conjunto de habilidades que incluye la capacidad de aprender rápidamente y adaptarse a cualquier entorno, estar abierto a nuevas ideas y soluciones, y tomar la iniciativa. Este perfil de profesionales nunca se aburrirá y su conocimiento siempre puede ser – y será – el arma para combatir el desempleo. Nuestra pedagogía y la evangelización del nuevo periodismo basado en nuevos conocimientos, habilidades y destrezas, debería inspirar a futuros periodistas digitales a crecer continuamente y asumir que constantemente hay que aprender las herramientas que conllevan nuevas narrativas y técnicas, inculcando así, que los procesos de aprendizaje son de por vida. De ahí que, como afirmamos en otros apartados, el ejercicio del periodismo no debe concebirse como simple afición u oficio, sino como una carrera profesional, cuyos conocimientos se adquieren en las aulas universitarias. Y, desde una perspectiva científica, como una disciplina del conocimiento.

En este cambiante ecosistema mediático, para los periodistas y las universidades la mayor necesidad en su capacitación es como crear productos multimedia (FLORES, 2009). En segundo término, cómo escribir para Internet y administración de comunidades online. En el mundo de hoy, de consumo y producción

de noticias a gran escala, las escuelas de periodismo deberían, en mayor medida, estudiar los aspectos tecnológicos, posibilidades intelectuales, artísticas y literarias del periodismo y llevar una constante expansión y mejora de la capacidad de la prensa para informar al público, plena, profunda e interesante, acerca de asuntos públicos de importancia y complejidad.

Por todo esto, los planes de formación deben darse en función de las necesidades del mercado de la información y de lo que demanda la sociedad de cada país. La reestructuración de los planes formativos en las facultades de periodismo y comunicación debe hacerse a través de una encuesta marco a profesionales y académicos investigadores que responda sobre habilidades formativas o conocimientos más tecnológicos.

Propuestas para reformar los estudios de periodismo

La detección de nuevos perfiles obliga a emprender nuevas líneas de formación, por ejemplo, en el ámbito de las redes sociales (FLORES, 2009). Para ello, hace falta un análisis de los planes de estudios actuales de grado y posgrado con el fin de detectar las necesidades formativas no cubiertas. Esto reclama, por una parte, una concepción transversal: aspectos incluidos en el conjunto de asignaturas aunque no aparezca en su denominación referencia a las redes sociales y, por otra, una concepción focalizada exclusivamente en redes sociales y que puede aparecer en el título de la asignatura. Las líneas de enseñanza deben estar profundamente relacionadas con los perfiles profesionales emergentes y los que puedan apreciarse en el transcurso del tiempo. Los

perfiles profesionales y la necesidad de enseñanza para cubrirlos forman tal unidad que reclaman mayor interrelación (FLORES y SALINAS, 2012). Reconociendo esta tendencia, programas de periodismo en las universidades de distintos países, incluido España, han estado tratando de renovar sus currículas de estudio con la intención de ofrecer cursos que enseñen, por ejemplo, a escribir para la Web o el uso de la narrativa transmedia y familiarizar a los estudiantes con software utilizado en el entorno multimedia, tales como Adobe Premiere Pro o Movie Maker (para editar video), Flash (para presentar video on-line y crear presentaciones interactivas), HTML o XML (codificación esencial para algoritmos) Dreamweaver (para la construcción de sitios Web) o los cada vez más usados Gestores de contenidos (CMS).

En este contexto, diversos profesionales de medios, en concordancia con los académicos, proponen algunas iniciativas a tener en cuenta. Julio Miravalls⁷ (2014) propone establecer cuatro áreas diferenciadas, en todas las cuales el estudiante de periodismo debería acreditar un conocimiento y capacitación al completar un currículo educativo en los años establecidos (sean cuatro o cinco). Estas cuatro áreas, son:

- Conocimientos generales teóricos:

Incluyendo las asignaturas clásicas de humanidades (geografía, arte, historia, literatura, religiones y filosofía), historia del periodismo, las propias de la nueva cultura (tecnologías, ciencia, cine, deporte...), más fundamentos de derecho, teoría política, ciencias económicas, administración de empresas, estadística, salud y medio ambiente, estructura política de España

⁷ Julio Miravalls ha sido subdirector de EIMundo.es

(o el país correspondiente, si hablamos de un planteamiento más amplio) y relaciones internacionales.

- Conocimientos teóricos especializados:

Desarrollos en mayor profundidad, con enfoques de conocimiento puro y de tratamiento periodístico de las materias más significativas, para poder ser elegidas como una o dos opciones específicas en el último periodo de los estudios (uno o dos cursos). El objetivo sería preparar posibles especializaciones en determinadas áreas de actividad o conocimiento mediante seminarios de alto nivel, talleres y trabajos muy elaborados de investigación y análisis.

- Estructura mental:

Aprendizaje y práctica intensiva de procesos intelectuales que no se basan estrictamente en el conocimiento teórico (aunque lo utilicen intensivamente) oratoria, lenguaje matemático, lógica, lenguaje estructural, semántica, diseño, programación informática (esto es una variante práctica que aglutina el lenguaje estructura y la lógica) e idiomas extranjeros (uno exigible con el máximo nivel y al menos otro, con un grado de comprensión y capacidades básicas de expresión). Se trata de crear un hábito de expresión, capacidad de comprensión (y evitar, de paso, el anumerismo que emborrona todo tipo de informaciones) y automatismos de reacción (improvisación y reflexión a la vez) ante cualquier circunstancia.

- Redacción:

En el sentido más estricto y literal de la palabra. El estudiante de periodismo debería pasar a lo largo de la carrera muchísimas horas (digamos no menos

de 300 por curso como media) de inmersión en una redacción real (o en la calle, trabajando para ella), desarrollando una doble actividad de aprendizaje teórico y ejercicio práctico profesional, del mismo modo que los estudiantes de medicina pasan horas diseccionando cadáveres (o viendo hacerlo) y acompañando a doctores en la visita a enfermos reales en los Hospitales Universitarios.

La propuesta de Miravalls, pasa por crear una redacción auténtica, que requeriría contar con el liderazgo de unos pocos profesionales con experiencia acreditada en el ejercicio del periodismo, para elaborar un producto informativo cotidiano (que puede estar disponible al gran público vía web, o de manera más restringida en las redes internas de la Universidad), con la exigencia de manejar con profesionalidad la actualidad y los hechos reales, trabajando en modo real en la captación y valoración de información, redacción, maquetación (diseño, escaletas...) y publicación.

Por su parte, Felix Ortega (2014)⁸ afirma que “debemos adaptar la “receta comunicativa” al cambio de paradigma y a su rápida evolución o nos resignaremos a languidecer. Según Ortega, los tiempos han cambiado y la profesión de comunicador y periodista debe adaptarse al cambio de los hábitos de consumo y de rentabilidad de la nueva industria de las tecnologías de la información y la comunicación. Renovarse y adaptarse, o languidecer y morir.

⁸ Félix Ortega es Licenciado en Economía y Doctor en Comunicación y Cultura por la Universidad de Salamanca. En la actualidad, es profesor de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca, España.

Investigación aplicada y experimental a través de Media Labs o centros de innovación

Desde hace algunos años, han empezado a proliferar los Media Labs promovidos por las universidades y por los propios medios de comunicación, centrados en el futuro del periodismo y la esfera mediática por lo que corresponde observar qué tendencias se han descubierto en, por y para la profesión. Distintas universidades estadounidenses, europeas y españolas, vienen creando estos centros de investigación con objetivos similares (FLORES, 2012: 7).

Iniciativas de esta naturaleza vienen surgiendo cada vez más. Así, por ejemplo, tenemos la propuesta hecha por la Fundación Nieman de la Universidad de Harvard, divulgando un sitioweb que lleva por nombre *The Nieman Journalism Lab*, y cuyo lema es bastante elocuente: "es un intento por ayudar al periodismo a descifrar su futuro en la era de la Internet". En la misma línea de investigación sobre medios, pero con una visión global, se crea el MIT Media Lab. El MIT Media Lab se define a sí mismo como "El lugar donde el futuro se vive, no se imagina. En un mundo donde los avances técnicos están incorporándose, los investigadores del Media Lab diseñan nuevas tecnologías que ayuden a la gente a crear un mundo mejor". Frank Moss (2011) actual director del MIT, afirma que:

"Durante los últimos veinte años hemos sido pioneros en el diseño del estilo de vida digital del que disfrutamos hoy. Pero lo mejor aún está por llegar: una sociedad digital globalmente conectada que haga a la gente más feliz, más sana y más creativa. El laboratorio está liderando la investigación tecnológica que tiene como en ampliar y ensalzar las capacidades físicas, cognoscitivas y sociales de las personas. La tecnología abre la puerta a la creatividad, a la innovación

y ayuda a resolver problemas -en particular los de la gente joven, nacida en la era digital-, algo que hasta ahora era imposible".

Las investigaciones que realizan instituciones y centros de investigación como el MIT Media Lab abordan el entorno de los medios y del periodismo que, como disciplina del conocimiento y como reto profesional, los Media Labs pueden aportar soluciones respondiendo a diferentes variables: ¿Cómo las nuevas tecnologías ayudan a mejorar las formas de comunicación? ¿Por qué la tecnología es beneficiosa para los nuevos profesionales del periodismo?, ¿Cuál es la formación práctica que necesitan los periodistas? etc.

Para Flores (2012: 9), los Media Labs se definen como entornos colaborativos de investigación y desarrollo de la convergencia de las nuevas tecnologías. Abarcan varios campos del conocimiento – como la informática, las comunicaciones, las nuevas tecnologías de la información, las ciencias sociales, la economía o el arte – y son laboratorios de ideas para instituciones y agencias públicas y privadas. Muchas de las innovaciones que han producido los Media Labs han afectado, directa o indirectamente, a la profesión del periodismo. Los Media labs periodísticos suelen ser foros de discusión acerca de cómo la convergencia afectará a la profesión y qué nuevas tecnologías serán las que marquen las pautas de actuación en los próximos años.

Modelo de investigación aplicada: Internet Media Lab (UCM) y Mobilab (UNESP)

En línea con las iniciativas como el Nieman Lab, MIT Media Lab y BBC Lab, un grupo de investigadores de la Universidad Complutense de Madrid, ponen en

marcha en 2012, en la sede de la Facultad de Ciencias de la Información, el Internet Media Lab (Laboratorio de Medios en Internet). El laboratorio intenta resaltar esfuerzos innovadores y determinar qué hace triunfar o fracasar a los medios; busca poner en práctica buenas ideas que otros puedan proponer; busca ayudar a reporteros y editores ajustarse a sus labores en línea; busca ayudar a medios de noticias tradicionales a encontrar una forma de sobrevivir; busca ayudar a los nuevos emprendedores y al surgimientos y creación de nuevas empresas con base en Internet.

El Internet Media Lab de la Universidad Complutense de Madrid nació como un proyecto-programa con la finalidad de desarrollar investigación, análisis, tendencias y prospectiva sobre los medios de comunicación y su adaptación a las nuevas formas interactivas que demanda la Sociedad de la Información. En base a las investigaciones desarrolladas, el Internet Media Lab se constituye en centro de pruebas de los nuevos medios a la par que elabora programas de formación y entrenamiento especializado y profesional para periodistas de España y Latinoamérica. El principal objetivo del Internet Media Lab es ayudar a estudiantes y periodistas a desarrollar programas de entrenamiento auto-sostenidos que eleven los niveles éticos, profesionales y tecnológicos del periodismo, para de este modo contribuir a crear una cultura de red y desarrollarse eficazmente en los nuevos entornos de la industria de la información como eje fundamental en la consolidación de la Sociedad de la Información en España, Europa e Iberoamérica.

El Internet Media Lab se define como un centro para entorno de pruebas y aprendizaje practico del periodismo en la Red (modelo de prueba y error). Otro

de los pilares del laboratorio es el desarrollo, investigación y análisis sobre la convergencia de medios – que ya se conocen como nuevos medios – que repercuta en nuevos modelos de negocio y el estudio de tendencias de la nueva audiencia digital.

Así, los objetivos que persigue el Internet Media Lab están en completa armonía con los trazados por las instituciones, empresas y centros de investigación que fomentan el desarrollo de la Sociedad del conocimiento, los mismos que se pueden resumir en:

- Realización de pruebas y análisis de herramientas y recursos tecnológicos de aplicación práctica para la convergencia de los medios y empresas de comunicación- Formación de expertos en el uso y manejo de las tecnologías emergentes, interactivas y digitales

- Diseño de metodologías e indicadores de aplicación práctica para el estudio de los Nuevos Medios

- Elaboración de estudios e informes sobre tendencias, estrategias y prospectiva tecnológica en el desarrollo de nuevos modelos de negocio de los medios

- Monitorización y vigilancia tecnológica del periodismo y los medios convergentes en Internet.

Los investigadores del ciberperiodismo, cibermedios y cibercultura, interesados en las líneas de trabajo del Internet Media Lab podrán, a través de grupos de investigación, establecer convenios o mecanismos de colaboración entre departamentos y facultades de las Ciencias Económicas y Empresariales, Derecho, Informática, Telecomunicaciones, Estadística, Sociología y cualquier otra disciplina afín. En este contexto, el Internet Media Lab tiene la misión de estudiar transversal e interdisciplinariamente, en el contexto teórico y experimental, las repercusiones e incidencias que

la tecnología digital influye sobre los profesionales de la información y los diversos medios de comunicación; así como, analizar el surgimiento y evolución de nuevos lenguajes y códigos de comunicación on-line.

Por su parte, el “Mobilab” de la Universidade Estadual Paulista (UNESP) São Paulo, Brasil, es un laboratorio virtual de estudio y experimentación creado en 2014 para investigar sobre “nuevas” narrativas y dispositivos móviles en el periodismo. La iniciativa se justifica por la necesidad de descubrir acerca de la relación mediática entre la sociedad y los dispositivos móviles, cada vez más presentes en la vida diaria de las personas.

El Mobilab está formado por estudiantes y profesores interesados en el entorno de narrativas y dispositivos móviles. Su objetivo es investigar y experimentar nuevas estrategias y narrativas comunicacionales y buscar respuestas a la mejor comprensión de la nueva ecología de los medios. En el Laboratorio también se estudian los modelos de interfaz para dispositivos hápticos, Big data y la estética de la producción de contenidos audiovisuales a través de dispositivos móviles, así como ejercicios de construcción de narrativa interactiva.

Recientemente, el Internet Media Lab y el Mobilab han formado la Red de Investigación Interdisciplinar en Tecnología y Comunicación, Cibercultura y Nuevos Géneros Audiovisuales, junto a grupos de investigación de la Universidad de Sevilla (España), Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (México) y Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú).

Conclusiones

Pese a los fallos del sistema universitario puntualmente detectados, la formación de los profesionales que se da en la Universidad Española les permite

competir en el mercado global de la comunicación al máximo nivel. Los profesionales se gradúan bien formados, aunque con ciertas carencias que exige el mercado actual de la información.

Por ello, debemos buscar que los nuevos entornos de aprendizaje del ciberperiodismo sean una forma de organizar el proceso de enseñanza presencial y a distancia que implica el empleo de tecnología, aunque no se reduzca solo a ello, por lo que hay que crear una situación educativa y metodológica centrada en el alumno, que fomente su auto aprendizaje, la construcción de su conocimiento y como parte de este proceso, el desarrollo de un pensamiento crítico y creativo. Estos aspectos son fundamentales en los procesos de enseñanza-aprendizaje del Espacio Europeo de Educación Superior y aplicable a todas las disciplinas del conocimiento, pero más en la disciplina del periodismo y comunicación.

Por otro lado, en concomitancia con el aspecto docente, las investigaciones demuestran que la generación de red, asentada en las aulas universitarias, no aprende de modo lineal y ponen en evidencia los distintos estilos de aprendizajes, todos validos, que posee esta generación. Uno de los retos que los estudiantes de ciberperiodismo presentan a sus docentes es precisamente la atención personalizada que requiere. Exige el desarrollo de una serie de competencias profesionales, metodológicas, pedagógicas y didácticas para hacer posible que la universidad cumpla su cometido a la altura de las exigencias de una generación con extraordinarias potencialidades.

Las peculiaridades de la emergente generación que se expande cada vez más parecen imbricados con una formula (generacional): “Con el ordenador

e internet, todo. Sin ello, prácticamente, nada". Así de fácil o complejo resulta atender y satisfacer sus necesidades de aprendizaje y crecimiento, basado en el modelo de prueba y error que promueven los laboratorios de investigación. La generación red quiere aprender por vías no tradicionales y siempre empleando nuevas tecnologías.

Bibliografía

- BRADSHAW, P. and ROHUMAA, L. (2011). **The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age**, London, UK. Longman Practical Journalism Series.
- BRIGGS, M. (2007). **Journalism 2.0**, Austin, EE.UU. Edt. Knight Center of Texas University.
- CEBRIÁN, M. (2005). **La información multimedia. Soportes, lenguajes y aplicaciones empresariales**, Madrid, Pearson Educación.
- FLORES, J. M.
- _____. (2009). "Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales." **Comunicar**, 33, 73-81 (DOI: 10.3916/c33-2009-02-007).
- _____. (2011) (ed.). **Reinventar el Periodismo y los Medios**, Madrid, Editorial Fragua.
- _____. (2014) "El Periodismo como Disciplina del Conocimiento y el Valor Académico para una Profesión de Calidad." **Prisma Social**, nº. 12, p. 506-543.
- _____. (2012) "La importancia de los medialabs para la investigación aplicada con tecnologías emergentes. Estudio de caso: creación de mashups." En: **Periodismo en Red**. Actas del V Congreso Internacional de Periodismo en Red. UCM. ISBN (CD-ROM) 978-84-615-6211-4 (V) 05-19.
- FLORES, J. M. y SALINAS, C. (2012). "Retos de las Facultades de Comunicación: Formación de nuevos perfiles de periodistas con base en la innovación y Tecnologías del conocimiento." En: **Revista de Tecnología Conocimiento y Sociedad**, Illinois, USA Common Ground

Publisher.

FINBERG, H. (2013). "Rethinking journalism education: A Call for Innovation." Florida, EE.UU. Poynter Institute. Consulta 26 enero 2014. [http://www.newsu.org/course_files/StateOfJournalismEducation2013.pdf].

GRIMM, J. (2010). "Columbia's New Dual Degree Program Aims to Redefine Journalism As We Know it." Florida, USA. Poynter Institute. Consulta 3 febrero 2014 [<http://www.poynter.org/how-tos/career-development/ask-the-recruiter/104901/columbias-new-dual-degree-program-aims-to-redefine-journalism-as-we-know-it/>].

LEVINSON, P. (2012). **New New Media**, 2nd. Edition. NY, USA. Penguin Academics.

MIRAVALLS, J. (2014). "Periodismo, Escuela de oficio." En: **Ciberperiodismo**, Lima, Perú. Ed. USMP.

ORTEGA, F. (2014). "Adaptar la receta al cambio de paradigma." En: **Ciberperiodismo**, Lima, Perú. Ed. USMP.

PORTO, D. y FLORES, J. (2012). *Periodismo Transmedia*, Madrid, Fragua.

POYNTER (2013). "State of Journalism Education." Florida, EE.UU. Poynter Institute. Consulta 26 enero 2014. [http://www.newsu.org/course_files/StateOfJournalismEducation2013.pdf]

UNESCO (2007). *Model curricula for journalism education*. Colección de la UNESCO sobre los estudios de Periodismo. Consulta 3 de febrero de 2014.

[<http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/>]